



PT Delta Djakarta, Tbk

PAPARAN PUBLIK

Laporan Tahunan 2019

Wyndham Hotel, Jakarta

Rabu, 26 Agustus 2020



2019 tahun yang cukup menantang bagi PT.Delta. Setelah mencatatkan pencapaian laba tertinggi di tahun 2018, kinerja keuangan pada tahun ini lebih rendah dari perkiraan. Beberapa faktor eksternal yang menghambat kinerja Perseroan di tahun ini antara lain:

1. Kenaikan Tarif Cukai Minuman Beralkohol.

Kenaikan tarif cukai sebesar 15,4%, yang berlaku efektif 1 Januari 2019 memaksa industri bir membebankan kenaikan cukai kepada konsumen. Hal ini sangat berdampak pada permintaan produk Perseroan dan mengakibatkan kontraksi pada industri Bir

2019 was a particularly challenging year for PT Delta. After a record performance in 2018 in terms of profits, the Company posted lower than expected financial results this year. Our performance growth this year was hampered by several external factors:

1. Increase in Excise Tax on Alcoholic Beverages.

The 15.4% increase in excise tax on beer products which took effect on January 1, 2019, prompted the beer industry to pass on the tax hike to consumers. This put pressure on the demand for the Company's product and resulted in the contraction of the beer industry.



2. Penghapusan Fasilitas Bebas Cukai di Batam.

Efektif sejak 17 Mei 2019, berlaku penghapusan fasilitas bebas cukai di Batam, area utama penjualan merek Carlsberg, hal ini mendorong Perseroan menaikkan harga yang berakibat penurunan volume Bir di Pasar Batam.

3. Perlambatan Perekonomian Indonesia.

Walaupun Perekonomian Indonesia adalah salah satu yang tertinggi di dunia, tapi pertumbuhan di angka 5,0% di tahun ini adalah terendah sejak 2015, yang disebabkan melemahnya ekspor dan investasi. Konsumsi rumah tangga juga melemah akibat tingkat belanja yang rendah, terutama untuk barang-barang bukan kebutuhan pokok.

2. Abolition of Excise Tax Exemption in Batam.

Taking effect on May 17, 2019, the withdrawal of the excise tax exemption in Batam, a stronghold area for our Carlsberg brand, prompted the Company to increase prices, which resulted in lower beer volumes in this market

3. Slowdown of the Indonesia Economy

The Indonesian economy, while still among the top global performers, registered its lowest growth since 2015 at 5.0%, due largely to weakening exports and investments. Household consumption turned sluggish as a result of lower spending specially on on-essentials.



4. Ketidakpastian seputar Pemilihan umum di Indonesia

Ketidakpastian seputar Pemilihan Umum di Indonesia juga berdampak negatif terhadap pertumbuhan volume penjualan, terutama di semester pertama 2019. Meskipun demikian, volume kembali tumbuh perlahan di semester kedua setelah hasil pemilu diumumkan dan situasi politik menjadi lebih stabil.

Semua kondisi ini memberikan dampak negatif terhadap kinerja Perseroan di 2019. Penjualan bersih turun 7,4% dari Rp 893,0 miliar di 2018 menjadi Rp 827,1 miliar pada tahun ini. Laba Operasional turun juga sebesar 8,8% dari Rp 396,6 miliar di 2018 menjadi Rp 361,8 miliar di 2019. Sementara, Laba Komprehensif yang dapat diatribusikan kepada Pemegang Saham Perseroan menurun hingga 10,2% menjadi Rp. 312,2 Miliar.

Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh penurunan volume penjualan dan biaya produksi yang meningkat.

4. Uncertainty surrounding Indonesia's General Elections

The uncertainty surrounding Indonesia's general elections hampered volume off-take in the first half of 2019. Nevertheless, volumes slowly improved in the second half as election results were announced and political stability was restored.

These circumstances negatively affected the Company's performance in 2019. Net revenue declined 7.4% from IDR 893.0 billion in 2018 to IDR 827.1 billion this year. Operating Income was down 8.8% from IDR 396.6 billion in 2018 to IDR 361.8 billion in 2019. Meanwhile, Comprehensive Income Attributable to Shareholders of the Company declined by 10.2% to IDR312.2 billion.

The lower financial results this year was due largely to lower sales volumes and higher production costs.



PENJUALAN NETO

Perseroan mencatatkan penurunan Penjualan Neto sebesar 7,4% dari Rp 893,0 miliar di tahun sebelumnya menjadi Rp 827,1 miliar di tahun 2019. Penurunan ini terutama disebabkan penurunan volume yang dikoreksi oleh kenaikan harga di bulan Agustus 2019 untuk mengimbangi kenaikan cukai sebesar 15,4% pada awal tahun.

BEBAN POKOK PENJUALAN

Seiring dengan turunnya volume penjualan, Beban Pokok Penjualan juga turun 4,7% dari Rp 241,7 miliar menjadi Rp 230,4 miliar di 2019.

Namun, Kenaikan harga bahan baku produksi, seperti gandum, bahan baku lainnya dan kemasan mendorong biaya produksi per unit menjadi lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Peningkatan biaya bahan baku ini ditambah dengan kenaikan tarif utilitas dan biaya tenaga kerja.

NET SALES

The Company registered a 7.4% decrease in Net Revenue from IDR 893.0 billion last year to IDR 827.1 billion this year. The decrease was mainly driven by lower volumes tempered by a general price increase in August 2019 in response to the 15.4% excise tax hike at the start of the year.

COST OF GOODS SOLD

Along with the decrease in sales volume, total Cost of Goods Sold decreased by 4.7% from IDR 241.7 billion to IDR 230.4 billion in 2019.

However, the increasing cost of major production inputs such as malt, adjuncts and packaging materials pushed our production cost per unit higher than last year's level. The increase in the cost of materials was compounded by higher utility rates and increase in direct labor costs.



LABA KOTOR

Akibat penurunan volume, maka total Laba Kotor turun 8,4% dari Rp 651,3 miliar menjadi Rp 596,7 miliar. Namun, Marjin Laba Kotor per hektoliter meningkat dibanding tahun sebelumnya.

BEBAN PENJUALAN DAN BEBAN ADMINISTRASI.

Beban Penjualan turun 5,2% dibanding tahun sebelumnya, dari Rp 175,7 miliar menjadi Rp 166,5 miliar diakibatkan biaya distribusi yang lebih rendah karena volume penjualan dan biaya promosi, royalti, gaji dan tunjangan yang lebih rendah.

Beban umum dan administrasi juga ikut turun 13,5% terutama disebabkan turunnya gaji dan tunjangan serta meningkatnya biaya profesional dan cadangan piutang tak tertagih. Secara keseluruhan, Biaya Operasional tahun ini adalah Rp 234,8 miliar, turun 7,8% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 254,7 miliar.

GROSS PROFIT

Mainly due to volumes, total Gross Profit for the period decreased by 8.4% from IDR 651.3 billion to IDR 596.7 billion. However, Gross Profit per hectoliter improved over last year.

SELLING AND ADMINISTRATIVE EXPENSES.

Selling Expenses dropped 5.2% versus last year, from IDR 175.7 billion to IDR 166.5 billion, on the back of lower distribution costs brought about by weaker sales volumes, and lower promotions, royalties and salaries and benefits.

General and Administrative Expenses likewise fell by 13.5% largely due to the reduction in salaries and benefits tempered by the increase in professional fees and allowance for bad debts expense. On the whole, total Operating Expenses this year was at IDR 234.8 billion, 7.8% lower than last year's expenses of IDR 254.7 billion.



LABA NETO TAHUN BERJALAN

Secara umum, total Laba Neto Tahun Berjalan turun menjadi Rp 317,8 miliar dari sebelumnya Rp 338,1 miliar terutama diakibatkan penurunan volume yang dikoreksi dengan Biaya Tetap yang terkontrol. Walaupun, Laba Neto mengalami penurunan dibandingkan tahun lalu, tapi margin laba meningkat dari 37,9% di tahun 2018 menjadi 38,4% di tahun 2019.

INCOME FOR THE YEAR

Overall, total income for the Year slipped to IDR 317.8 billion from IDR 338.1 billion last year mainly owing to the drop in volumes tempered by contained Fixed Expenses. Nevertheless, while profits were lower than last year, income margins improved from 37.9% in 2018 to 38.4% in 2019.



Untuk menghadapi melemahnya pertumbuhan di industri bir, Perseroan melakukan berbagai inisiatif penjualan dan pemasaran yang terpadu untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar di tahun 2019

- ✓ Terus memperluas jangkauan konsumen dan memastikan ketersediaan produk di pasar dengan membuka gerai baru, meningkatkan volume terutama di gerai on-premise serta membuka distributor baru.
- ✓ Menerapkan program insentif pedagang grosir yang lebih menarik yang bertujuan untuk meningkatkan volume di channel ini.
- ✓ Untuk merespon kenaikan pajak cukai sebesar 15,4% pada triwulan III maka dilakukan kenaikan harga sejalan dengan langkah industri untuk menjaga margin laba.
- ✓ Menerapkan berbagai program di Batam untuk menghadapi kenaikan efek cukai yang diterapkan pada semua bir untuk mempertahankan daya saing.
- ✓ Memperkenalkan konsep "Anker Family" dalam pembuatan billboard yang menampilkan seluruh portofolio Anker yaitu Anker Bir, Anker Stout dan Anker Lychee.

To counter the weaker-than-expected industry growth performance, the Company initiated a range of coordinated sales and marketing initiatives to boost sales and expand the market in 2019.

- ✓ Continued to widen consumer reach and ensure product availability in the market by opening new outlets, improving volume off-take in on-premise outlets as well as opening new distributors.
- ✓ Implemented a more attractive wholesaler incentive program aimed at increasing volumes in this channel.
- ✓ In response to the 15.4% excise tax hike, implemented a modest price increase in the 3rd quarter in line with the move of the industry to maintain profit margins.
- ✓ Implemented various programs in Batam to counter the effects of the new excise tax applied to all beer to sustain competitiveness.
- ✓ Introduced new billboard concept featuring the "Anker Family" brands showcasing the entire Anker portfolio – Anker Bir, Anker Stout and Anker Lychee.



- ✓ Memanfaatkan popularitas acara musik dan olahraga di Indonesia, serta mengadakan berbagai program pengembangan merek dan sponsor berbasis outlet (Anker Sounds-On, Anker Stout Dutters di kota-kota tertentu).
- ✓ Melakukan beberapa promosi konsumen (San Miguel Open Season, San Mig Light Summer fling Promo, Carlsberg Chinese New Year festival).

Kami secara teratur memantau kinerja kualitas produk kami dan berdasarkan penilaian independen, Anker Bir memang populer di kalangan konsumen dengan tingkat kesadaran 97%.

Perusahaan terus memanfaatkan kekuatan media sosial melalui kampanye pengiriman online Happy Fresh serta aktivasi Facebook dan Instagram Anker dan Carlsberg yang menghasilkan jumlah "Like" lebih dari 100.000.

- ✓ Capitalizing on the popularity of music and sports events in Indonesia, conducted various outlet based brand-building and sponsorship programs (Anker Sounds-On, Anker Stout Dutters in selected cities).
- ✓ Conducted several consumer promotions (San Miguel Open Season, San Mig Light Summerfling Promo, Carlsberg Chinese New Year festivities)

We regularly keep track of our brand health performance and based on an independent assessment, Anker Bir remains popular with consumers with a 97% awareness level.

The Company continued to capitalize on the strength of social media through Happy Fresh on-line delivery campaign as well as Anker and Carlsberg Facebook and Instagram activations generating more than 100,000 likes.







Sertifikasi Manajemen Mutu, Keamanan Pangan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja, dan Manajemen Lingkungan

- ✓ Lulus audit pengawasan dan mempertahankan ISO 9001 dan ISO 22000.
- ✓ Mempertahankan OHSAS 18001: 2007 dan ISO 14001: 2015

Merek

- ✓ Memperoleh 2 Penghargaan Medali Emas Seleksi Monde untuk San Miguel Pale Pilsen dan San Miguel Cerveza Negra (medali emas ke-3 berturut-turut); dan Medali Perak untuk Anker Bir dan San Mig Light.
- ✓ Top Brand Award (tahun ke-5 berturut-turut) dari Frontier Consulting Group

Quality Management, Food Safety, Occupational and Environmental Certifications

- ✓ Passed surveillance audits and maintained ISO 9001 and ISO 22000
- ✓ Maintained OHSAS 18001:2007 and ISO 14001:2015

Brands

- ✓ 2 Monde Selection Gold Medal Awards for San Miguel Pale Pilsen and San Miguel Cerveza Negra (its 3rd Gold medal in a row); and Silver Medals for Anker Bir and San Mig Light.
- ✓ Top Brand Award (its 5th year in a row) from Frontier Consulting Group



Penghargaan Perseroan

- ✓ 50 Perusahaan Terbaik di Indonesia versi Forbes Indonesia tahun 2019.
- ✓ Penghargaan Perusahaan Publik Terbaik Indonesia 2019 "dari Warta Ekonomi untuk kategori" Perusahaan Terbuka dengan kinerja Sangat Baik untuk 2019 "sebagai apresiasi atas kinerja keuangannya di tahun 2018.
- ✓ Penghargaan Peringkat Biru dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan atas kepatuhannya terhadap standar pemerintah dalam pelaksanaan pengelolaan lingkungan dan aturan serta regulasi.

Corporate Awards

- ✓ Forbes Indonesia's 50 Best of the Best Companies in 2019.
- ✓ "Indonesia Best Public Companies Award in 2019" from Warta Ekonomi in the category of "Excellent Performance Public Company for 2019" in appreciation of its financial performance in 2018.
- ✓ Blue Rating Award from the Ministry of Environment and Forestry for complying with government's standards in the implementation of environmental management and rules and regulations.



Pengembangan dan Penjangkauan Masyarakat

- ✓ Program renovasi sekolah dimana karyawan dilibatkan dalam pengecatan ulang ruang kelas dan dinding luar sekolah di SDN Tambun Jaya. Perseroan menyumbang meja, kursi dan perlengkapan sekolah lainnya.
- ✓ Pemeriksaan kesehatan massal di desa Jatimulya
- ✓ Partisipasi karyawan dalam program donor darah triwulanan bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia.
- ✓ Bekerja sama dengan puskesmas setempat, dilanjutkan dengan program pemberian makan dan gizi setiap bulan bagi sekitar 700 anak balita.
- ✓ Pembagian uang tunai dan sembako kepada masyarakat kurang mampu selama bulan suci Ramadhan dan daging saat Idul Adha.

Community Development and Outreach

- ✓ School renovation program where employees participated in the repainting of classrooms and school wall in the state primary school of Tambun Jaya. School was also furnished with desks, chairs and other school equipment.
- ✓ Mass medical examination in the village of Jatimulya
- ✓ Employees' participation in the quarterly blood donation program in cooperation with the Indonesia Red Cross.
- ✓ In cooperation with the local health clinic, continued with the monthly feeding and nutrition program for about 700 children under 5 years old.
- ✓ Distribution of cash and basic food commodities to disadvantaged communities during the Muslim holy month of Ramadan and meat during Idul Adha.



Keberlanjutan Lingkungan

- ✓ Melanjutkan program pengelolaan sampah yang benar,
- ✓ Mendidik masyarakat sekitar tentang pengelolaan sampah rumah tangga yang tepat
- ✓ Kolaborasi antara Pabrik, masyarakat dan Pemerintah Daerah dalam mengeruk sungai yang melintasi Pabrik.

Environmental Sustainability

- ✓ Continued practice of proper waste management
- ✓ Educated local communities on the proper management of household waste
- ✓ Dredged the river traversing the community and the brewery in collaboration with the local government.



TERIMA KASIH
Thank you

